



運用創新抵制模型觀點探討理財機器人使用意圖

洪淑靜 1

私立樹德科技大學 金融管理所碩士在職專班 研究生

劉育伶 2

私立樹德科技大學 金融管理所 助理教授

一、摘要

近年人工智慧科技的蓬勃發展帶動金融產業相繼推出理財機器人服務。然而，要推廣至消費者接受採用仍待進一步研究探討。本研究提出以創新抵制理論結合科技接受模型及信任，並延伸探討消費者對於理財機器人的推薦意圖。研究結果指出行為意圖對於推薦意圖有正向影響，但抵制意圖則對行為意圖有負向影響。政府部會及相關業者可擬定策略提升信任及依賴傾向二因素的正向影響，以利推廣理財機器人服務及促進產業升級。

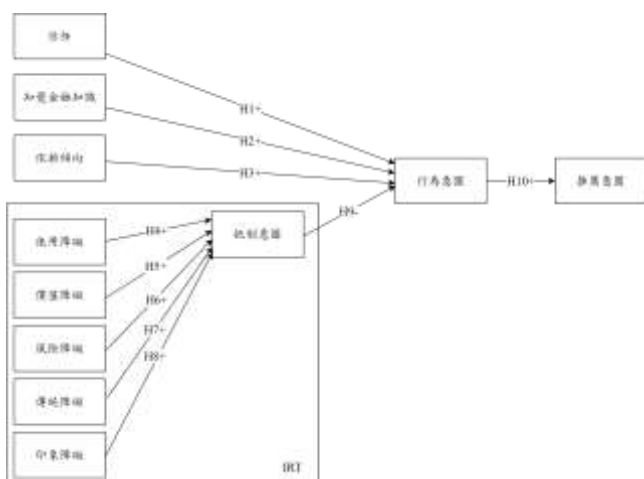
關鍵字：理財機器人、科技抵制、結合科技接受、金融科技。

二、動機與目的

由於疫情影響，民眾在「數位工具或線上操作使用增加」有顯著影響，尤其「機器人理財」有飛躍性成長，本研究所要探討的即是理財機器人的優點是否可被投資人接受進而使用；透過創新抵制模型的架構，並考量消費者對於新資訊系統的信任以及其本身的金融資訊時，可能不利於該服務的使用及推薦意圖。故，本研究嘗試透過創新抵制的理論並加入信任、知覺金融知識、依賴傾向、傳統理財服務黏性、抵制意圖所影響的行為意圖六項為外部變數來加以探討。

三、相關文獻與研究方法

(一)研究架構



(二)相關文獻

1. 信任-區分為三大類：為人格特質的一種、對於風險的意願、傾向或信念。
2. 知覺金融知識-多數民眾金融知識不足，較無法保障自身權益，也有較高機率被詐騙。
3. 依賴傾向-為防範理專舞弊，銀行必須增加多道關卡來防堵弊案的發生。
4. 創新抵制理論-本研究採用科技抵制的結構包括風險障礙、價值障礙、使用障礙、印象障礙和傳統障礙等維度。

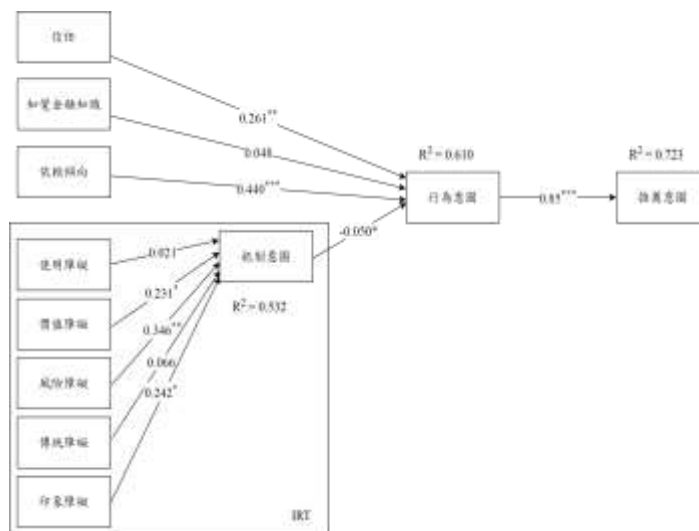
(三)研究方法

本研究將 IRT 與 UTAUT 模型相結合，研究數位支付系統對創新的採用和抵制，架構建立於整合科技接受、科技抵製、信任等 3 種理論基礎之上。並採網路問卷調查法進行假設驗證。

研究結果與討論

(一)研究假說檢定結果

研究假設	Mean	SD	T Statistics	研究假設
H1 TRUST -> BI	0.261	0.108	2.413*	成立
H2 FK -> BI	0.048	0.079	0.604	不成立
H3 DT -> BI	0.440	0.117	3.763***	成立
H4 UB -> RISI	0.021	0.097	0.213	不成立
H5 VB -> RISI	0.231	0.117	1.985*	成立
H6 RB -> RISI	0.346	0.107	3.233**	成立
H7 TB -> RISI	0.066	0.121	0.541	不成立
H8 IB -> RISI	0.242	0.127	1.997*	成立
H9 RISI -> BI	-0.050	0.073	1.983*	成立
H10 BI -> RI	0.850	0.041	20.897***	成立



四、結論

1. 本研究結果指出行為意圖對於推薦意圖具正向影響之研究假設達顯著。
2. 抵制意圖是負向影響行為意圖的構面，其前因有價值障礙、風險障礙、傳統障礙及印象障礙。
3. 必須針對各障礙予以改善，以利提升消費者對於理財機器人的正面印象。